

# 中国期刊协会通讯

(内部资料, 免费交流, 注意保存)

2021 年第 9 期

(总第 145 期)

中国期刊协会秘书处编

2021 年 8 月 10 日

**CPA 刊协讲堂 (第二十期) 专题报道**

## 《东方娃娃》杂志的品牌化探索之路

主讲人: 丁诚中

主持人: 吴尚之

主办单位: 中国期刊协会

时 间: 2021 年 8 月 10 日

吴尚之: 创刊于 1999 年的《东方娃娃》杂志, 经过 20 多年的发展, 其办刊质量、发行规模、品牌影响力, 已进入少儿期刊前列。近年来, 在传统纸媒下滑的趋势下, 《东方娃娃》逆势而上, 迎来了新一轮高速发展期。《东方娃娃》得到了读者和社会的好评, 荣获“全国优秀幼儿读物”“全国优秀少儿报刊”“中国百强期刊”和中国出版政府奖提名奖。他们有哪些经验和做法值得我们借鉴? 今天, 我们请来了本

期演讲嘉宾丁诚中同志, 请他与大家分享《东方娃娃》的办刊经验。

丁诚中同志是《东方娃娃》杂志社党支部书记、总经理, 《东方娃娃》创刊之初入社。22 年来, 他从事过读者服务、广告、策划、发行、文创等部门的基础工作, 兢兢业业、锐意创新, 坚持以杂志为平台培养低幼原创出版力量, 推广绘本阅读和亲子阅读理念, 逐步带领《东方娃娃》从江苏走向全国, 发行海外, 并努力构建《东

方娃娃》品牌，进行多元化经营的探索。下面，请丁诚中同志就“《东方娃娃》杂志的品牌化探索之路”这一话题开讲。

丁诚中：各位同仁、各位朋友，大家好！非常高兴来到刊协讲堂！今天，我就“《东方娃娃》杂志的品牌化探索之路”，与大家交流《东方娃娃》的探索与实践。

## 一、发展概况

《东方娃娃》杂志于1999年1月创刊，由凤凰出版传媒集团旗下江苏凤凰少年儿童出版社和南京师范大学出版社联合创办，在保证所有制属性的前提下，实现优质出版资源的配置，并使期刊社以独立的市场主体参与竞争，逐步建立和完善了现代企业制度。

经过20多年的发展，《东方娃娃》已成为低幼读物领域的一支重要力量。近10年来，在传统纸质媒体日趋下滑的趋势之下，《东方娃娃》逆势而上，迎来了新一轮的高速发展，《东方娃娃》品牌也成为业内有影响的IP，并依托期刊、图书、教育、文创和新媒体形成IP集群，在多元化经营上做了积极的探索。《东方娃娃》的发行量、规模和国际影响力位于同类期刊前列。

创刊以来，《东方娃娃》得到了专家和上级主管部门的认可以及社会的好评，获得了许多重要奖项：2002年入选中国期刊方阵，被国家新闻出版总署认定为双效期刊；2005年，荣获第三届国家期刊奖提名奖、入选教育部“全国优秀幼儿读物”；2015年、2017年分别入选国家新闻出版广电总局“中国百强期刊（社科）”；2017

年荣获第四届中国出版政府奖提名奖；2008年至2019年，连续入选国家新闻出版广电总局推荐的“全国优秀少儿报刊”。

## 二、《东方娃娃》的探索与创新

### （一）始终把内容建设放在首位

#### 1. 从儿童成长规律出发，提出刊物内容建设标准

以“培根铸魂、启智润心”为引领，《东方娃娃》杂志抓住儿童发展的关键期，以塑造孩子优秀人格为旨归，在帮助孩子提升学习能力，养成终身阅读习惯的同时，凸显社会主义核心价值观体系和中华优秀传统文化，帮助孩子打下人文精神的底子，引导他们扣好人生的第一粒扣子，从而成为一个大写的“人”。

在尊重儿童发展规律的基础上，《东方娃娃》杂志提出了儿童性、文学性、艺术性、时代性四大内容建设标准。儿童性就是放弃成人姿态，从儿童的角度和心理出发，与儿童平等对话，体现为“蹲下来和儿童说话”“亲近儿童，尊重儿童，引导儿童”“为孩子说话，让孩子说话，说孩子话”等一系列的办刊思路。文学性和艺术性则表现为在内容和形式上不矮化儿童，强调语言的规范、优美；强调故事的趣味和想象力；强调对文学价值、审美品位的独特追求。时代性则要求期刊内容和创意能够与时俱进，充分体现党和国家对儿童的期待和要求。

依据各国最新的儿童早期发展研究成果，结合我国《幼儿园教育指导纲要（试行）》《3-6岁儿童学习与发展指南》《托育机构保育指导大纲》（试行）等要求，

编辑部邀请北师大、南师大、华师大、东南大学等高校跨学科的专家学者共同组建学术委员会，在充分研究的基础上提出儿童早期发展的八大核心领域：身体发展与健康、语言与交流、数学与逻辑思维、科学、社会性与情感、文化与通识、艺术与表现、学习品质；并按照儿童的年龄维度，对上述8个领域制定具体的发展标准。《东方娃娃》杂志的栏目、内容都依照上述网格化的方式进行规划，一方面保证内容覆盖领域的全面性和内容的年龄适应性；另一方面使每个内容在网格中有明确的定位。

2. 从儿童阅读规律出发，注重知识性、趣味性和体验性

按照幼儿的视觉接受规律和阅读特点，1999年创刊时，杂志首创了大开本、大画面的版面形式，并且确立了不同年龄的内容排版方式和色彩要求；首次采用图文紧密配合的编辑方式，精心打磨文字和绘画，注重引发孩子在阅读过程中的好奇、发现和惊喜，“要把每一个栏目都当作绘本来做，利用每一次翻页，让画面自己说故事”。杂志还打造特色栏目，以独具匠心的设计取胜，比如“自然博物馆”“怪事多多”“快乐小小书”等。“自然博物馆”每期采用不同的呈现方式介绍一种动物，如大展页、挖洞洞，是为了产生翻页的惊喜，让孩子在阅读的过程中不断有意想不到的收获。

“怪事多多”是在2000年开设的一个人文科学栏目，它关注孩子身边的自然科学和社会科学，从孩子熟悉的知识点出发，将纵向延伸和横向铺展结合起来进行编创，注重趣味性的贯穿，它是送给孩子的一个放大镜，让孩子换一个角度观察和理解发

生在身边的事，不断丰富孩子的知识库。

通过精心的设计，《东方娃娃》追求让阅读变成孩子快乐、愉悦的体验，以此帮助孩子建立良好的阅读习惯。另一方面，幼儿阅读与成人、学龄儿童最大区别是幼儿不能进行自主阅读，读书的最佳途径是“耳朵×眼睛”，是依赖成人读给幼儿听，幼儿通过声音和画面来理解故事或信息，所以幼儿阅读的主要途径是亲子阅读或师幼共读。这一点要求杂志里文字不仅仅是优美的文学语言，而且适合朗读、适合讲述。因此，每期杂志在出版前，要求编辑在家庭和幼儿园等场景进行试读，在接受成人和孩子反馈的基础上进行修改。

## （二）始终把原创出版作为核心竞争力

### 1. 大力推动原创出版与阅读

怀着“让中国的儿童读物在世界发出声音、让中国的孩子享受到世界一流作品”的梦想，《东方娃娃》一直坚持走原创的发展道路。杂志注重传承中华优秀传统文化、传播社会主义先进文化，将社会主义核心价值观融入各个栏目。比如杂志有几个品牌栏目“爸妈讲故事”“老故事”“民间故事”“古诗童谣”，一直致力于把优秀的传统文化、革命文化、社会主义先进文化以幼儿喜闻乐见的形式传递给孩子，尤其注重这些文化背后蕴含的中华民族特别注重的节俭、勤奋、自强不息、厚德载物等美德，构筑新时代儿童成长的精神力量。杂志的“自然博物馆”“怪事多多”虽然以幼儿趣味科普、培养孩子探索精神为主旨，但编辑们非常注重通过动植物和身边的科学现象来挖掘背后蕴含的中国独特的人文精神，从而使这些作品也具有打

动人心的力量，能够给孩子传达某种情感和精神。同时，从2000年开始，《东方娃娃》开始倡导亲子阅读理念，组织亲子读书会、阅读论坛及亲子阅读讲座，培养了大批阅读推广人，为家庭和教育、文化机构提供专业服务，推动基础阅读。

## 2. 深入探索绘本出版

2005年，在绘本还是一片无人眷顾的荒原时，《东方娃娃》首创了绘本刊物，出版了大批优秀原创绘本，如《火焰》《漏》《老轮胎》，培养了中国第一批具有世界影响力的绘本作家，比如周翔、朱成梁、王祖民、余丽琼、张晓玲等；一批出色的原创作品成功走出国门，在世界舞台上发出了中国声音。

自创刊始，《东方娃娃》杂志即提出“打开一扇阅读的门，开始一生爱的旅程”这一办刊宗旨，以“爱”为核心，着力打造孩子健全的人格，通过阅读，在孩子心里播洒爱的种子，从小养成爱党、爱国、爱社会主义、爱中国文化的根和魂。这颗爱的种子将会伴随孩子的成长而发芽、开花、结果并影响其一生。在形式呈现上，《东方娃娃》杂志首创了大开本、大画面，注重儿童性、文学性，注重设计和艺术审美，丰富并提升了儿童读物的内容和形式。

## 3. 坚持绘本原创，倡导亲子阅读

1999年，《东方娃娃》率先提出绘本概念、绘本编辑理念和绘本阅读理念，并以杂志为平台努力传播绘本理念，培育原创绘本编辑、创作和研究队伍。经过20多年，绘本已经成为一个重要的文化现象，对儿童出版、阅读和教育都产生了积极的影响，《东方娃娃》的努力也为中国原创绘本在国际上

争得一席之地，提升了杂志的国际影响力。

在整个市场呼唤中国原创力量的背景下，在江苏省委宣传部的领导和支持下，为了进一步鼓励和培养原创，推动原创绘本的出版、阅读和“走出去”，凤凰出版集团和江苏省全民阅读办设立了“东方娃娃原创绘本奖”。两年来，该活动收稿2442部，入围作品113部，获奖作品50部；参赛的绘本插画创作者1464人，文字创作者722人，其中绘本名家超过100人。

第一届“礼赞新时代 共祝祖国好”主题奖（2019年4月23日~7月31日）共收到来自海内外投稿265件，评选出10部获奖作品。第一届大奖（2019年4月23日~2020年3月31日）共收到投稿1133件，其中国外（30国）投稿222件，50部入围作品均达到出版水平，评选出22部获奖作品；第二届“童心向党”主题奖（2021年1月1日~3月31日）共收到投稿作品1044件，评选出18部获奖作品。

首届绘本奖、主题奖和第二届主题奖作品已出版39部，计46种图书，待出版66部；版权已输出至英国、加拿大、乌克兰、土耳其、伊朗、黎巴嫩、尼泊尔等10国海外版权，出版130种图书。

## （三）始终把改革创新作为发展动力

### 1. 构建新型行销理念与方式

《东方娃娃》奉行“以传播理念为先导，以品牌经营为核心”。经过多年的努力，形成了独特的行销理念，即把思想的传播、消费者观念的改变作为第一要务。为了做好这一工作，杂志社的编辑、阅读推广人、市场人员在幼儿园、图书馆、绘本馆等多种场合，开展了数万场家长讲座，

播撒下亲子阅读的种子；杂志社还举办各种形式的论坛，比如每年一届的“绘本教育论坛”“原创绘本发展论坛”“保育与教育论坛”，推动理论应用研究和思想传播，对行业的发展、对教育工作者理论水平和实践能力的提升起到了帮助。

## 2. 及时调整期刊发行格局

《东方娃娃》在创刊初期，即与中国邮政建立长期合作关系，有力保证了期刊的平稳运行。当前在传统的邮局订阅、零售渠道日趋萎缩的形势下，我们积极适应网络、移动终端订阅形式兴起的变化。2008年开始转变订阅方式，自建网销售平台，从信息传播、沟通、订单、发货、售后、到用户管理，以用户的体验和满意度为核心，对全流程作业模式进行调整，全方位打造服务力，杂志社的基础服务能力和社群服务能力得到了提升。比如7×12小时旺旺、微信、QQ、社群在线服务；下单12小时内发货，做到时效可控、信息可查；对50+个社群，定期举办家长讲座、编辑分享、大咖直播等服务；精确的客户数据管理，杂志订阅到期提醒、续订短信、根据读者月龄匹配对应的产品等。

到2021年，杂志的订阅渠道已经形成天猫直营店、天猫授权店、京东自营店、公众号、社群、有赞分销、小程序、抖音等自有销售平台矩阵，形成了以网络订阅为主、地面渠道为辅的发行格局，网络订阅占比65%，网络年订阅收入达到4000多万元，年发行量比2008年增长了5倍。可以说，刊社十年来的规模增长和品牌影响力的扩大主要来自于网络，尤其是移动互联网。

## 3. 积极推动数字化转型

在数字阅读的挑战日趋严峻的形势下，杂志社在数字化方面也做了很多尝试，探索内容的数字化以及传播的数字化。

2011年，《东方娃娃》开始尝试新媒体，建立了官方网站、微博，开发APP，设立东方娃娃童书馆、各编辑部微信号、文创等微信公众号，目前已初步形成由系列网络销售平台、微博号、抖音号、公众号和社群组成的新媒体矩阵。

以杂志、图书内容为基础，杂志社为家长、孩子提供匹配的音频、视频、线上服务等多种形式的数字资源与服务，增加与用户的互动以及黏合度。目前杂志社已开发的数字内容资源近2000种，分为音频、动画、视频、互动游戏等形式，涵盖了科学、语言、文学、艺术、益智、社会、心理健康、英语学习等领域。

基于互联网和移动终端，杂志社打造了“移动学习社区”，为幼儿、家长和幼教工作者提供数字杂志、有声读物、图书下载、网络借阅以及互动交流的平台，形成在线学习、线下产品与线上平台的互动发展，以满足用户的多元需求，促进儿童各项能力的发展。

## （四）始终把品牌建设贯彻期刊建设的全过程

期刊在构建品牌上具有天然的优势。一方面，期刊具有稳定的、区隔性强的用户群体，另一方面，期刊具有高粘性、时间性和节奏性，能让用户产生心理期待，能与用户及时沟通，因此期刊不仅是知识的载体，更是传播思想观念、沟通情感信息的媒介。杂志社在运营中非常注重发挥

期刊的上述特性和优势来构建品牌，形成消费者对“东方娃娃”的品牌认知、情感连接和品牌信赖，并在此基础上努力扩大品牌的外延。经过 20 多年的坚守和全方位打造，“东方娃娃”已发展成为行业内重要的 IP，并依托期刊和绘本出版形成 IP 集群。杂志社以刊群、图书、课程出版为基础，在动漫、戏剧、教育培训、文创衍生品、绘本馆、儿童书店、美术馆运营等领域进行了探索。

### 1. 构建出版品牌，建设图书和课程资源出版体系

出版始终是东方娃娃品牌的基础。

期刊是杂志社进入出版的起点，也是立足点；同时，《东方娃娃》系列期刊的内容和平台又为图书出版积累了丰富的资源和读者。比如，基于绘本内容资源，策划了东方娃娃世界精选绘本系列、东方娃娃原创绘本系列、东方娃娃婴儿绘本馆系列、东方娃娃婴儿纸板书系列、东方娃娃纸戏剧等品牌书系；比如，基于杂志各栏目内容资源，策划了东方娃娃科学馆、东方娃娃美术馆、东方娃娃文学馆等品牌书系。

2011 年起，杂志社陆续研发了《幼儿园绘本阅读资源》《幼儿品格教育资源》《幼儿园语言活动资源》《幼儿园美术活动资源》《幼儿园戏剧活动资源》《幼儿多元阅读资源》等课程资源，并且确立了将图书和课程资源作为期刊的两翼的战略，进行系统规划，实施好原创绘本出版工程、学术(理论)出版工程、原创科普出版工程、课程资源出版工程四大出版工程，加强原创产品线建设，开发具有自主知识产权的特色产品，打造原创品牌和独特标识。

### 2. 品牌延伸，从出版到多元经营

2010 年至今，杂志社依托“东方娃娃”“卜卜”等品牌，开发了系列文创产品，包括艺术衍生品、家庭教育产品、家庭生活用品、文具用品四大系列 30 多个品种。

在儿童艺术教育领域，“东方娃娃教育”已经成为业内重要的教育培训品牌，拥有 9 家直营机构、200 多家品牌合作机构，多次进入腾讯、新浪的行业榜单。

2019 年 4 月，杂志社举办了“绘本戏剧表演大赛”，全国各地有 20 多支剧团参赛，产出了一批优秀的绘本剧目，并在上海、南京、杭州等地进行绘本剧的巡演，同时举办“纸戏剧”“围裙剧”“偶剧”等多种形式的工作坊。

同年，《东方娃娃》成立了中国第一家原创绘本美术馆——心绘美术馆，成功举办了 10 次原创绘本相关主题的展览和衍生活动，并在江苏、上海、辽宁、安徽、陕西等地区进行巡展。

2019 年至今，杂志社陆续在南京、上海、苏州、泰州成立了 4 家“东方娃娃童书馆”，探索实体书店经营和儿童阅读服务体系建设。

未来，《东方娃娃》将继续在夯实这个基础的前提下，做好与孩子及家庭教育、生活相关的多元经营，进一步扩大文化融合的优势，丰富更具审美和艺术性的文创产品线，经营好客户群，将优质杂志品牌延伸为教育、文化和生活品牌。

### 3. 成功“走出去”，扩大海外影响

《东方娃娃》品牌建设工作也延伸到国际市场。2008 年，《东方娃娃·新加坡版》正式出版发行。“十三五”期间，《东

方娃娃》积极利用新的营销渠道，以互联网订阅、社区团购等形式在海外发展了一批华人妈妈团长，扩大了期刊在欧美、澳洲等国家和地区的发行量和影响力，努力将中国好故事以最佳的表达方式传播到世界各地。今年，我们以美国作为营销重点，截至2021年6月中旬，已与美国66个社区图书馆建立了合作，并在30个州发展了110位阅读推广人，发行52400册。

《东方娃娃》的优秀原创绘本，如《火焰》《漏》《老轮胎》《流汗啦！》《九色鹿》等20多种绘本成功输出海外版权，获得国际奖项和好评。首届东方娃娃原创绘本奖“礼赞新时代，共祝祖国好”主题奖获奖作品版权输出6个国家，出版34种图书；第二届东方娃娃原创绘本奖“童心向党”主题奖获奖作品版权目前输出10个国家，出版96种图书。

### 三、《东方娃娃》“十四五”时期的展望与思考

“十四五”时期，是杂志社从规模数量型转向质量效益型、从传统出版转向“出版+”及融合发展、从领先行业转向领跑行业，实现高质量发展的重要战略转型期。主要设想如下：

1. 在指导思想，坚持以儿童为中心，促进儿童的全面发展，增强儿童的创新能力，培养担负中华民族复兴大任的时代新人。

2. 在发展模式上，保持与时俱进，坚持出版主业，以系统的观念和方法构建期刊、图书、课程资源体系，坚定不移走融合发展道路，形成新媒体矩阵、网络销售

矩阵，建立数字化内容资源库和用户平台，努力将新科技手段应用于儿童阅读和教育。

3. 在业态上，继续探索文化产业全产业链的发展模型，并与公共文化服务体系建设相结合，以社会效益为主，兼顾两个效益。

4. 在国际化方面，继续扩大期刊、图书和其他产品的“走出去”，扩大东方娃娃品牌影响；努力提升“走出去”的结构和层次，从产品的“走出去”，逐步提升到品牌和文化的“走出去”。

吴尚之：今天，丁诚中同志与我们分享了“《东方娃娃》杂志的品牌化探索之路”，他们的经验和做法概括起来主要有以下四个方面。

一是始终把内容建设放在首位。提供优质内容，办出高品质期刊，竭诚为读者服务，是办刊人的初心和使命。《东方娃娃》把握两个规律，以“培根铸魂、启智润心”为引领，努力做到从儿童成长规律出发，提出和落实刊物内容建设标准；从儿童阅读规律出发，注重知识性、趣味性、体验性。

二是始终把原创出版作为核心竞争力。大力推动原创出版与阅读，注重传承中华优秀传统文化、传播社会主义先进文化，将社会主义核心价值观融入出版的各个环节。深入探索绘本出版，通过设立“东方娃娃原创绘本奖”，出版了一批优秀原创作品，培育了一批具有世界影响力的绘本作家。

三是始终把改革创新作为发展动力。《东方娃娃》构建新型行销理念与方式，培育了独特的行销理念。积极开展亲子阅读，举办数万场家长讲座，播撒亲子阅读的种子。及时调整期刊发行格局，转变订

阅方式，自建网络销售平台，全方位提升读者服务能力。积极推动数字化转型，形成《东方娃娃》的新媒体矩阵，形成了线下产品与线上平台互动发展的格局。

四是始终把品牌建设贯彻期刊建设的全过程。品牌化战略既有利于提高期刊的核心竞争力，也有利于提升期刊的品质和质量。《东方娃娃》充分发挥书刊资源互动优势，构建出版品牌，建设图书和课程资源出版体系，开发具有自主知识产权的

特色产品，打造原创品牌和独特标识。同时，延伸品牌，探索多元经营，推动期刊“走出去”，扩大了海外的出版发行，提升了《东方娃娃》的国际竞争力和影响力。

最后，让我代表中国期刊协会，感谢丁诚中同志的精彩演讲！感谢大家对刊协讲堂的热情支持！

---

报：中宣部出版局、传媒监管局、进出口管理局、干部局  
民政部社团管理局

送：协会会长、副会长，常务理事、理事单位，会员单位，分会  
中宣部主管的新闻出版社团  
各省市自治区新闻出版局、期刊协会  
特聘专家

---

## 中国期刊协会秘书处

地址：北京市西城区宣武门东河沿街 69 号  
正弘大厦 2 楼

邮编：100052

电话：010-51321728

传真：010-51321727

E-mail: zhanghong2009\_cpa@163. com

网址: www. cpa-online. org. cn

准印证号：京内资准字 2012—L0073 号

联系人：章 红

